

3.3.3.5.0 Tecnici del marketing

Le professioni comprese in questa unità assistono gli specialisti nella definizione di strategie e di ricerche per rilevare il gradimento sul mercato dei beni e dei servizi commercializzati, le condizioni di mercato e le possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi, per individuare situazioni di competizione, prezzi e tipologie di consumatori, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni in materia, analizzarle, organizzarle e presentarle in maniera rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.

Evoluzione del ruolo professionale nel settore Bancario Assicurativo

I trend e i drivers del comparto assicurativo e di quello bancario potrebbero influire sulle professioni comprese in questa unità. Quindi si prefigura la possibilità che le competenze dei tecnici del marketing si debbano focalizzare sulle peculiarità delle attività del sistema dell'intermediazione finanziaria e dell'assicurazione. Il riposizionamento dei modelli di business intensificherà l'attenzione al mercato e al cliente e di conseguenza, all'interno di processi organizzativi interfunzionali, la capacità di recepire le esigenze della clientela per lo sviluppo di prodotti/servizi necessiterà una più qualificata assistenza nello studio funzionale alla commercializzazione e distribuzione dei servizi/prodotti del credito e dell'assicurazione.

Compiti innovati

- Collaborare ad una segmentazione più articolata del mercato per individuare nuovi canali
- Progettare le caratteristiche dei brand aziendali per rilanciarli e affermarli nel contesto socio-economico
- Acquisire e trasferire la predisposizione verso la conoscenza anticipata dei cambiamenti demografici, sociali ed economici

Compiti nuovi

Non emergono compiti nuovi dallo scenario 2020 per le professioni banche-assicurazione comprese nell'UP

A fronte delle innovazioni e delle novità che si prevede saranno introdotte nell'esercizio della professione, l'intero sistema di competenze subirà dei cambiamenti. In particolare, nel medio periodo, sono 10 le competenze individuate come caratterizzanti il comparto bancario e quello assicurativo. Queste potranno rivelarsi molto importanti, mediamente importanti, scarsamente importanti o non influenti rispetto all'esercizio del ruolo professionale. Lo schema che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 10 competenze per il comparto bancario e quello assicurativo indicando la rilevanza o meno, di ognuna di esse, per l'unità professionale dei tecnici del marketing.

3.3.3.5.0 Tecnici del marketing

COMPETENZE

1	Essere in grado di valutare elaborazioni prospettiche non standardizzate	A	
2	Essere in grado di interpretare l'evoluzione di contesto attraverso le indicazioni strategiche aziendali e strumenti informativi esterni	A	
3	Essere in grado di presidiare, interpretare e gestire l'evoluzione normativa	X	
4	Essere in grado distinguere e valutare i dati rilevanti nelle varie fasi della profilazione del cliente esterno	A	
5	Essere in grado di integrare le azioni individuali all'interno di processi organizzativi inter-funzionali	A	
6	Essere in grado di recepire le esigenze della clientela per lo sviluppo di prodotti/servizi	A	
7	Essere in grado di valorizzare la relazione con il cliente esterno gestendone le esigenze	X	
8	Essere in grado di agire proattivamente in fasi di cambiamento	A	
9	Essere in grado di operare nell'ottica della prevenzione del rischio economico-finanziario	X	A molto importante
10	Essere in grado di presidiare la strategia distributiva di servizi/prodotti	B	B mediamente importante
			C scarsamente importante
			X non rilevante rispetto al ruolo

Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale¹

CONOSCENZE	IMPORTANZA		COMPLESSITÀ	
Lingua italiana	88	→	68	→
Commercializzazione e vendita	73	↑	69	↑
Comunicazione e media	73	↑	71	↑
Servizi ai clienti e alle persone	72	↑	68	↑
Lingua straniera	64	↑	60	↑
Impresa e gestione di impresa	60	↑	63	↑
Psicologia	54	↑	54	↑
Sociologia e antropologia	52	↑	55	↑
Lavoro d'ufficio	48	→	52	→
Economia e contabilità	44	↑	48	↑

SKILL	IMPORTANZA		COMPLESSITÀ	
Parlare	95	→	72	→
Comprendere testi scritti	89	→	68	→
Selezionare strumenti	88	↑	71	↑
Apprendimento attivo	86	→	70	↑
Valutare e prendere decisioni	86	↑	69	↑
Gestire risorse finanziarie	86	→	73	→
Scrivere	86	→	70	→
Gestire il tempo	86	→	72	→
Ascoltare attentamente	86	→	69	→
Adattabilità	85	→	76	↑

Indicazioni per il sistema dell'education

I cambiamenti previsti nel medio termine nell'ambito del settore banche-assicurazione comporteranno trasformazioni che esigeranno contributi specifici che possono essere portati a termine con l'ausilio di tecnici del marketing. Tali professioni dovranno essere preparate per interpretare il contesto demografico e socio-economico per ricavare informazioni utili ad affermare i modelli di business in un contesto concorrenziale e internazionale. Le conoscenze dovranno essere approfondite in materia di marketing, ma dovranno tenere conto anche dalle trasformazioni in corso influenzate dal massiccio e diffuso uso dei nuovi media. Le conoscenze e le capacità dovranno essere organizzate all'interno di discipline collegate alla commercializzazione e vendita, ma opportunamente integrate con discipline che consentano l'interpretazione dei fenomeni sociali e dei

¹ Ci si riferisce agli esiti della seconda edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2013. I risultati sono disponibili sul sito <http://professionioccupazione.isfol.it/>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di istruzione/formazione. Nel quadro dell'indagine le conoscenze - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le skills - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite.

L'**importanza** - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La **complessità** - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere.

comportamenti individuali (sociologia, antropologia, psicologia). Completa l'istruzione e la formazione la conoscenza di modelli di organizzazione di servizi centrati sul cliente, nonché la capacità di acquisire informazioni anche dai processi di *customer satisfaction* aziendali.